Edisi Juni/Juli 2012

Volume 33 Thn. III

# info bank syariah

Media Informasi Ekonomi & Perbankan Syariah

## menanti regulasi asuransi syariah

SHARIA INSURANCE

- Asuransi Syariah Butuh Sosialisasi
- Prioritas *Life Style*, Minat Asuransi Rendah
- Setiap 3 KM: 10 Peluang Bisnis

# Editorial

## Rabu

Bank Indonesia kembali menggelar program baru untuk menarik dana masyarakat. Akhir Juni lalu, Gubernur Bank Indonesia, Darmin Nasution, meluncurkan program RAjin MenaBUng yang disingkat menjadi RABU. Melalui program ini, setiap hari Rabu awal bulan, semua bank membuka akses seluas-luasnya kepada masyarakat untuk menabung. Di antaranya bank mengunjungi sekolah-sekolah atau membuat pos-pos layanan menabung.

Dengan program Rajin Menabung (RaBu) ini BI mengharapkan agar masyarakat rajin menabung dan diberi kemudahan untuk menyimpan uangnya di bank. Istilah RaBu, menurut Darmin Nasution untuk memudahkan masyarakat mengingat bahwa setiap RaBu adalah hari menabung.

Saat ini kesadaran masyarakat untuk menabung ditengarai masih rendah. Masyarakat yang sudah memiliki kesadaran menabung baru kalangan tertentu seperti pengusaha, pejabat atau karyawan. Masyarakat umum dinilai masih belum memiliki budaya menabung. Untuk itulah program Rabu diluncurkan.

Sebetulnya pada Februari 2010, Presiden Susilo Bambang Yudhoyono sudah mencanangkan Gerakan Indonesia Menabung. Bank Indonesia pun meluncurkan produk Tabunganku. Sebuah produk yang memudahkan masyarakat menabung dengan setoran awal yang rendah di BPRS Rp 10 ribu dan bank umum Rp 20 ribu. Bahkan produk ini tidak mengenakan biaya administrasi. Sehingga tabungan masyarakat di bank tidak dipotong biaya administrasi setiap bulannya yang dinilai memberatkan masyarakat.

Akan tetapi, produk yang sudah berjalan selama 2 tahun ini belum terlihat efektif. Entahlah, apakah sosialisasi yang kurang atau bank tidak tertarik dengan produk ini karena bisa jadi dinilai kurang *"menguntungkan"*. Oleh karenanya, apabila program Rabu sosialisasinya tidak gencar jangan-jangan nasibnya akan seperti program Tabunganku yang hingga kini masih kurang greget. (hm)

# Suara **Pembaca**

## Agar Lebih Variatif

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Menurut saya, kehadiran media Info Bank Syariah sangat penting untuk menyebarluaskan informasi sekaligus sosialisasi ekonomi syariah. Karena masyarakat masih sangat perlu diberikan informasi sebanyak-banyaknya soal ekonomi syariah, terutama mengenai bank syariah.

Saya lihat, tampilan Info Bank Syariah sekarang sudah cukup eksklusif. Tinggal lebih menambah ragam informasinya, karena ekonomi syariah mencakup banyak hal, soal bisnis, asuransi, leasing dan masih banyak lagi bidang lainnya. Media ini juga perlu dukungan, terutama dalam bentuk iklan untuk mendukung kesinambungannya.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

**H. Nana Mulyana**
Ketua Kompartemen Syariah KADIN Jabar

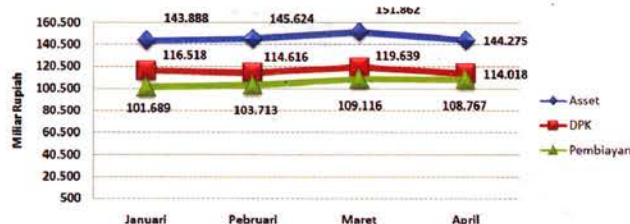
*Wa'alaikum salam wr.wb.*

Terima kasih atas masukannya, insya Allah kami perhatikan. Soal pembahasan sektor lain di bisnis syariah memang sudah menjadi rencana kami. Insya Allah untuk penerbitan selanjutnya akan kami bahas sektor bisnis syariah selain perbankan. Terima kasih.

**Redaksi**

# Indikator

## Statistik BUS dan UUS

Bulan Januari s/d April 2012

Sumber: Bank Indonesia


**info bank syariah**
Media Informasi Ekonomi & Perbankan Syariah

**INFOBANKSYARIAH.** Diterbitkan oleh **ASOSIASI BANK SYARIAH INDONESIA JAWABARAT** sebagai media informasi ekonomi dan perbankan syariah. **PEMBINA** : Lucky Fathul Aziz Hadibrata **PEMIMPIN UMUM** : Ahmad SF Salmon **WAKIL PEMIMPIN UMUM** : D. Mayangsari **PEMIMPIN REDAKSI** : Harry Maksum **PEMIMPIN PERUSAHAAN** : Ida Triana Widowati **DEWAN REDAKSI** : Agus Fajri Zam, F. Benny Putra, Rois Muhammad Iyon, Megawati, Dodi Surpiyanto, Beben Nasser, Edhie Rosman, Yane Roosyana, Deddy Supriyadi, Teguh Wahyudi, Suherli, Suhairi Wahab, Toto Suharto **REDAKTUR** : Dadan Suryapraja **REPORTER** : M. Rausyan Fikry **DESAIN/LAY OUT** : Hari Hardianto **IKLAN/SIRKULASI** : Habdin Harris, Eko Purnawan **ALAMAT** : Sharia Center Jawa Barat Jl. Braga no. 108 Bandung - 40111, Telp./Fax.: (022)4267878, **E-MAIL**: infobanksyariah@ymail.com.

# Sosialisasi Ekonomi Syariah PWNU Jabar

Lembaga Perekonomian Nahdlatul Ulama (LPNU) Jawa Barat bekerjasama dengan Kantor Bank Indonesia Bandung dan *Sharia Center*, Selasa (26/6) lalu menggelar sosialisasi perbankan syariah bagi jajaran pengurus LPNU se-Jawa Barat di Bale Parahyangan Gedung Bank Indonesia Bandung. Bertindak sebagai narasumber, Pengawas BI Bandung, Agus Fajri Zam.

Ketua PWNU Jabar, KH. Dr. Eman Suryaman, MM mengatakan, kegiatan ini bertujuan menumbuhkembangkan perekonomian umat berbasis syariah. Warga Nahdlatul Ulama harus membangun kekuatan ekonomi yang kuat. Program ini diharapkan ditindaklanjuti dengan langkah-langkah nyata pengembangan ekonomi umat. *"Kami, di tingkat wilayah akan segera menggalang kerjasama dengan seluruh perbankan syariah. Selanjutnya tingkat cabang segera menyiapkan wadah usaha yang diperlukan,"* ujar Eman Suryaman.

Semua cabang NU, tambah Eman, diharapkan membentuk wadah seperti BMT, koperasi syariah, hingga perseroan terbatas. Untuk sektor bisnis, Eman Suryaman berharap tidak terbatas pada usaha-usaha terkait penunaian ibadah seperti penyelenggaraan umrah dan haji saja, tapi bisa bidang usaha lainnya seperti perdagangan, pertanian.

Eman mengharapkan setelah sosialisasi ini harus ditindaklanjuti dengan MoU baik dengan Bank Indonesia maupun dengan seluruh perbankan syariah di Jawa Barat melalui Asosiasi Bank Syariah Indonesia (Asbisindo) Jabar.

Menurut Eman, di tingkat pengurus besar, PBNU akan menggelar pertemuan para petani garam seluruh Indonesia di Madura, 11-12 Juli mendatang. Pertemuan ini untuk membahas salah satu persoalan mendasar ekonomi umat. Ini memprihatinkan, sebagai negara maritim yang memiliki sekitar 3000 pulau, dengan bentang pantai puluhan ribu kilometer hingga sekarang kita masih mengimpor garam. *"Padahal di Jawa Barat saja, warga NU merupakan perajin garam tradisional di sepanjang pantai Karawang, Indramayu, Cirebon dan wilayah pantai lainnya,"* ungkapnya prihatin. Seraya menyebut pentingnya mengubah kondisi ini, sekaligus menjadikannya momentum pembangunan fondasi ekonomi umat Islam sesuai prinsip-prinsip syariat.

Sementara itu, Agus Fajri Zam menyatakan, melihat pesatnya perkembangan perbankan syariah global, *"Sebagai negara mayoritas muslim, kita merasa malu hati, bahwa perbankan syariah justru lebih berkembang pesat di negara-negara non Muslim di Eropa,"* ungkapnya.

Agus menyebut, adanya informasi yang tidak simetris *(asymatric information)* tentang konsep perbankan syariah kepada masyarakat. Sehingga konsep dan praktik bank syariah disikapi beragam oleh masyarakat terutama kalangan agama. Kondisi ini terkait dengan kendala ketersediaan sumber daya *insani* perbankan syariah sebagai salah satu kendala pengembangan perbankan syariah di Indonesia. Adanya informasi utuh tentang perbankan syariah ke kalangan Nahdlatul Ulama diharapkan lebih mendorong perkembangan bank syariah dan umumnya ekonomi syariah di tengah masyarakat.

# Menanti Regulasi Asuransi Syariah

*Industri asuransi syariah nasional masih terkendala banyak hal. Selain rendahnya kesadaran berasuransi di kalangan masyarakat, juga belum didukung dengan regulasi pemerintah. Tanpa regulasi khusus, bisnis asuransi syariah berjuang sendiri tanpa ada kendaraan yang mendorongnya ke tingkat pertumbuhan yang diharapkan.*

Sejalan dengan perkembangan produk-produk asuransi syariah yang terus tumbuh, sudah selayaknya regulasi asuransi syariah sangat diperlukan. "*Tanpa dilindungi perundangan, bisnis syariah sulit berkembang. Pemerintah perlu segera menambah kekosongan perundangan asuransi syariah yang hingga saat ini belum terwujud. Hingga tahun ini DPR masih membahasnya,*" ujar Kemal Aziz Stamboel anggota Komisi VI DPR di sela seminar *Bandung Islamic Finance and Investment Summit 2012* beberapa waktu lalu.

Kalangan pelaku industri asuransi syariah menyambut baik hal itu. *"Dukungan Regulasi pemerintah tentang asuransi syariah jelas sangat diperlukan,"* Ungkap Tenu Suparno, *Sales Manager BRIngin Life* Syariah Cabang Bandung.

Masih absennya regulasi asuransi syariah nasional pun rupanya memicu lambatnya pengembangan kelembagaan industri ini. Di tengah tuntutan bisnis yang memerlukan pengelolaan manajemen yang profesional dan fokus, melalui tahapan *spin off* menjadi lambat. Industri asuransi syariah, masih harus menunggu lahirnya perundangan yang digodok pemerintah dan DPR yang hingga kini belum juga mengenal kata rampung.

*"Spin off memang tuntutan bagi kita sebagai lembaga bisnis yang harus terus berkembang. Dan itu terus dipersiapkan oleh manajemen kita,"* ujar Kepala *Marketing* ACA Syariah Cabang Bandung, M, Ramdani Ali.

Hal yang sama terus dimatangkan manajemen *BRIngin Life* Syariah, yang kini masih merupakan Divisi Syariah. Menurut Tenu Suparno, dari sisi permodalan, *BRIngin Life* sudah tak mengalami kendala dalam memenuhi persyaratan *spin off*. Bahkan sudah melampaui dari nilai modal awal yang dipersyaratkan. Tapi sejatinya, manajemen *BRIngin Life* lebih fokus meningkatkan kesiapan internal sendiri untuk menyongsong *spin off*.

*"Spin off itu kami maknai sebagai tuntutan. Apakah mental kita siap menghadapi risiko dan tanggung jawab di saat kita sudah menjadi sebuah institusi yang mandiri. Maka kami lebih fokus mempersiapkan spin off dengan meningkatkan mental manajerial di setiap level manajemen juga kehandalan staf lapangan sebagai ujung tombak,"* ujar Tenu.

Tapi baginya, pemerintah tidak bisa hanya menuntut pemenuhan aspek permodalan kepada industri asuransi syariah. Tapi juga (timbal balik) pemerintah terhadap masyarakat. Karena walau bagaimana pun industri syariah di samping memiliki misi sosial membantu peningkatan kesejahteraan masyarakat, *"Sebagai institusi bisnis, perusahaan asuransi syariah berkonsekuensi biaya sehingga dituntut profit oriented. Untuk bertahan, perlu dukungan profit margin,"* tegas Tenu.

Bahkan dukungan pemerintah semestinya gencar. Untuk lebih meningkatkan ekspektasi dan kepercayaan masyarakat terhadap asuransi. Sehingga mendorong trust masyarakat terhadap misi perusahaan asuransi syariah dalam hal menampung dana masyarakat.

Selama ini Tenu merasa masih sangat minimnya dukungan riil pemerintah terhadap dunia bisnis asuransi syariah. Sejauh ini para pejabat atau anggota parlemen menjadi peserta asuransi dalam kapasitas pribadi di lingkungannya sendiri, *"Apa itu merupakan bentuk dukungan mereka terhadap dunia asuransi, belum jelas. Faktanya, sosialisasi pemerintah di berbagai saluran media, tidak ada. Produk perundangannya juga belum ada."*

Dunia asuransi nasional bahkan mengalami hal ironis. Selain sepi dukungan, juga menghadapi propaganda yang cenderung memberikan *stigma* negatif. Hal ini kian memupuk perspektif negatif masyarakat terhadap asuransi sebagai sesuatu yang membebani. Lebih memrihatinkan lagi, ada sekelompok masyarakat yang sama sekali tidak mau mengenal asuransi apalagi berasuransi.

*"Ada kalimat di billboard iklan sebuah lembaga jasa keuangan, jelas-jelas mencantumkan poin: Tanpa dibebani biaya asuransi. Ini aneh, padahal adanya AJK (Asuransi jiwa kredit) itu merupakan salah satu kebijakan Bank Indonesia guna melindungi nasabah maupun melindungi bisnis lembaga keuangan tsb dari kerugian,"* ungkap Tenu tak habis pikir.

Publikasi seperti itu menyesatkan dan menambah ketidaktahuan masyarakat akan arti penting berasuransi. Lembaga jasa keuangan cenderung mengesampingkan asuransi sebagai sesuatu yang mestinya melekat pada jasa *financing* mereka. Adanya jaminan asuransi sudah dirasa cukup bisa memproteksi kredit atau pembiayaan yang disalurkan bank kepada debitur. Sementara ini, lembaga keuangan menganggap dengan jaminan, bayar cicilan bulanan beres dan risiko kerugian jika nasabah meninggal dunia jaminan barang berharga nasabah akan dapat melunasi sisa kreditnya. Sehingga bertentangan dengan semboyan *"Mari Berasuransi"* yang sejak lama didengungkan dunia asuransi.

*"Tanpa disadari, luputnya jaminan asuransi dari kredit atau pembiayaan bank, seringkali memicu tingkat Non Performing Loan (Non Performing Financing di bank syariah, red) atau kredit bermasalah,"* ungkap Tenu.

Maka dia menilai, dukungan pemerintah sangat penting, paling tidak menyadarkan masyarakat yang belum mengetahui pentingnya asuransi. Tidak memandang banyaknya agen asuransi saat ini bisa menyelesaikan persoalan bisnis asuransi nasional. Misi pemerintah untuk mensejahterakan masyarakat, salah satunya dijalankan oleh fungsi asuransi. Karena kontribusi nasabah asuransi itu tidak mubazir, karena kembali lagi kepada masyarakat.

Upaya pembenahan bertahap dan berkesinambungan sudah ditempuh semua industri asuransi. Salah satunya pembenahan tentang peraturan agen *marketing*. Untuk menghindari aktivitas agen liar dan penyalahgunaan tugas serta kejadian-kejadian *fraud* yang bisa menimbulkan citra buruk asuransi di mata masyarakat. Saat ini sudah ditentukan, salah satu syarat menjadi agen/*marketing* produk asuransi wajib lulus ujian lisensi dari Asosiasi Asuransi Jiwa indonesia (AAJI).

*"Semacam SIM-nya pengendara. Setiap agen resmi dibekali tanda resmi asosiasi. Seorang agen hanya bisa bekerja atas nama satu perusahaan asuransi. Tidak diperbolehkan lagi aktivitas rangkap seperti freelance,"* papar Tenu.

Masyarakat berhak mencek kartu identitas setiap agen. Dengan lembaga dan produk yang jelas. Ke depan, tidak akan seorang agen asuransi syariah merangkap memasarkan produk konvensional atau sebaliknya. Semua ini dilakukan untuk menjamin keamanan masyarakat berasuransi. Mengindari hal-hal yang merugikan nasabah. *"BRIngin Life, memberlakukan ketentuan bahwa setiap pembayaran premi nasabah dan pembayaran klaim ditransfer langsung ke rekening nasabah, tidak dititip ke marketing,"* papar Tenu.

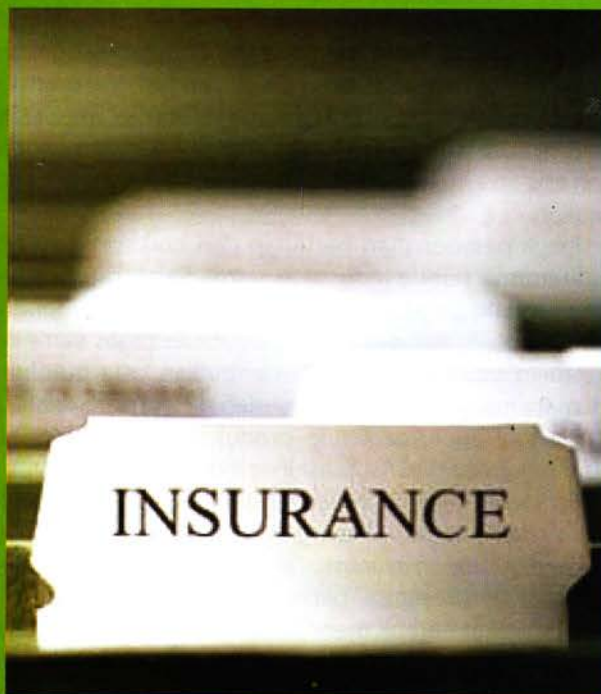
## Asuransi Syariah Butuh Sosialisasi

Asuransi syariah butuh berbagai saluran dan model edukasi dan sosialiasi. Problem klasik karena kendala serupa juga dihadapi *"saudara tuanya"*, industri asuransi konvensional. Terlebih sebagai model dan sistem baru, asuransi syariah belum banyak dikenal masyarakat.

*"Perlu upaya ekstra mengenalkan asuransi syariah kepada masyarakat,"* ujar Ramdani Ali dari ACA Syariah. Hal yang sama dibenarkan Tenu Suparno, sebagai salah satu *problem* yang dihadapi bisnis asuransi syariah.

Walaupun secara bisnis, asuransi syariah tak membatasi segmen pasar berdasarkan agama yang dianut masyarakat. Namun sebagai salah satu bagian dari *syi'ar* Islam, berasuransi syariah memerlukan kesadaran akan nilai-nilai Islam. *"Tapi kita tidak mungkin berbicara dalil halalnya asuransi kepada masyarakat non-muslim. Akhirnya tetap kita bicara marjin. Sementara karena masih kecil, marjin syariah lebih mahal jika dikomparasikan dengan asuransi konvensional,"* tutur Ramdani Ali.

Di sisi lain ada hal kontraproduktif terhadap misi pengembangan bisnis asuransi syariah. Di internal komunitas muslim masih terdapat perbedaan pandangan dan faham terhadap status hukum berasuransi. *"Bahkan masih ada kyai yang menyatakan bahwa asuransi itu hukumnya haram,"* ungkap Tenu.

Tenu bisa memahami latar belakang pandangan sang kyai. *"Mungkin mengacu pada perhitungan salah satu produk kami, dengan menabung Rp 200.000,- bisa mendapatkan dana klaim Rp 15 juta."* Tanpa mempelajari lebih lanjut adanya rekening *Tabaru* (kumpulan sumbangan dari seluruh nasabah) yang secara sukarela disisihkan dari setiap tabungan semua peserta produk asuransi itu. Hal ini merupakan salah satu implementasi dari prinsip-prinsip

asuransi syariah sebagai aktivitas yang didasari prinsip *ta'awun* (tolong menolong) antar sesama pesertanya.

Rekening *Tabaru*, ibarat dana yang ditampung lurah, ketua RW atau ketua RT dari semua warganya untuk kepentingan dana keamanan lingkungan, kebersihan lingkungan, dana kematian, dan lain sebagainya. Sehingga keberadaaanya menjadi hak setiap anggota bilamana mengalami suatu kejadian yang masuk dalam *klausul akad* asuransi.

## Komitmen Syariah

Praktisi asuransi syariah tidak patah arang. Mereka tetap berkomitmen mengusung nilai syariah dalam prinsip operasional asuransi yang dijalankannya. ACA Syariah terus memperkenalkan produknya ke tengah masyarakat. *"Manajemen mendorong ekspansi lebih luas, selain fokus menjaga klien kita yang sudah bermitra melalui MoU yang sudah disepakati manajemen dengan semua klien kita,"* kata Ramdani Ali.

Selain menjalankan prinsip-prinsip profesionalisme pemasaran untuk tujuan pengembangan bisnis, Tenu Suparno memilih cara-cara simpatik dalam mengenalkan produk jasa *BRIngin Life* Syariah kepada masyarakat. Untuk hal bersifat edukasi dan sosialisasi, staf *marketing BRIngin Life* Syariah menghindari paksaan apalagi tindakan manipulatif. *"Walau bagaimana pun kita mengusung label syariah, tentu melekat tuntutan menjaga attitude atau akhlak dalam berbisnis,"* tuturnya.

Ini sudah melekat dalam operasional bisnis semua lembaga asuransi syariah. Karena secera institusional diawasi Dewan Pengawas Syariah (DPS). Maka setiap *marketing* syariah sejatinya berbeda dari staf pemasaran konvensional. Karena prinsip-prinsip yang harus diedukasikan pun berbeda pula. *"Prinsip yang kita jalankan adalah syar'i, maka ending yang kita tuju pun tentu semuanya bersifat syariah. Memang kita belum sempurna, tapi kita terus mengarah ke sana,"* ungkap Tenu.

Atas dasari itu pula Tenu tetap optimis terhadap masa depan industri asuransi dan asuransi syariah pada khususnya. Beberapa lembaga keuangan yang bersikap simpatik terhadap asuransi. Salah satunya Koperasi Sauyunan, yang aktif mengedukasi anggotanya berasuransi. Hal seperti ini merupakan wujud kepedulian sesama industri bisnis terhadap asuransi.

# Prioritaskan *Life Style*, Minat Asuransi Rendah

Rendahnya kesadaran masyarakat akan asuransi, salah satunya dipicu sikap mendahulukan *life style* (gaya hidup). Prioritas terhadap pemenuhan gaya hidup menggeser posisi menabung untuk asuransi pada prioritas kesekian. *"Asuransi adalah proteksi jiwa seseorang dari kerugian ekonomi dan sekaligus program investasi keuangan untuk masa depan, bukan sesuatu yang belum pasti atau spekulasi,"* kata Tenu Suparno.

Asuransi adalah solusi terhadap realita hidup yang dihadapi semua orang. Maka khususnya asuransi syariah, perlu terus melakukan edukasi. Seringkali orang merasa belum waktunya menabung untuk asuransi, sementara semua kebutuhan dari dana simpanannya. *"Beli pulsa dari ATM, ganti handphone. Malah dana mancing juga dari ATM. Jadi, dilihat dari sisi mana bahwa masyarakat Indonesia belum mampu berasuransi,"* kata Tenu mempertanyakan.

Untuk biaya pendidikan anak (asuransi pendidikan), adalah kewajiban para orang tua, tetap menjadi keberatan untuk sekadar menabung Rp 200 ribu perbulan. Sedangkan bila seorang perokok, paling tidak menghabiskan Rp 300 ribu perbulan, angka yang tak seberapa dibanding Rp 200 ribu perbulan demi masa depan pendidikan anak-anak mereka, *"Artinya soal komitmen menyayangi anak. Jika berbicara penghasilan, pengasilan dua juta dengan 10 juta habisnya sama, kan. Kalau memang niatnya dihabiskan terus. Ya."*

Sosiasliasi asuransi syariah lebih khusus kepada kelompok masyarakat yang sudah punya kesadaran untuk memilih. Rata-rata pada usia sepuh. Tapi juga para eksekutif muda sangat bermanfaat. Misalnya asuransi dana pensiun. Masyarakat beranggapan program pensiun hanya bagi pegawai PNS. Atau para pegawai swasta sudah merasa cukup dengan mendapat jamsostek. Padahal sekarang, *BRIngin Life* memiliki produk Asuransi Dana Pensiun bagi umum termasuk pedagang.

*"Hak pensiun itu bukan hanya pegawai negeri saja, tapi tukang bakso pun sekarang bisa ikut dalam asuransi pensiun. Berhak punya pensiun. Kita sediakan produknya. Asalkan seseorang punya penghasilan, semua bisa menjadi peserta asuransi Dana Pensiun. Dengan menyisihkan pendapatan rutinnya di tabungan asuransi ini, mereka akan mendapat jaminan dana pensiunan saat seseorang memasuki masa tua."*

Secara umum, *BRIngin Life* Syariah terdiri dari produk individu dan produk kumpulan. Produk individu adalah produk yang ditawarkan kepada perseorangan. Misalnya Produk Tabungan Dana Siswa. Asuransi Purna Dana untuk pensiun yang tidak menyangkut institusi. Produk kumpulan. Misalnya, peserta atlet Porda kita ikutkan dalam produk Asuransi *Personal Accident*, serta produk lainnya.

# Askrida Syariah *Spin Off* Empat Tahun Lagi

Ai Sobaryadi | Direktur Utama PT. Asurasi Bangun Askrida

Setelah perbankan, sistem syariah kini mulai merambah dunia asuransi. Hal tersebut terjadi pula pada PT. Asuransi Bangun Askrida. Pada tahun 2007, melalui keputusan RUPS PT. Asuransi Bangun Askrida tetang pembukaan cabang syariah Askrida tanggal 9 mei 2007, Askrida telah memiliki Unit Layanan Syariah. Hingga tahun 2012, Unit Layanan Syariah (ULS) Askrida kini sudah tersebar di 18 daerah di Indonesia. Perkembangan cukup pesat pun telah dibuktikan oleh ULS Askrida dengan peningkatan aset yang signifikan setiap tahunnya. Target pun dicanangkan. Empat tahun lagi, ULS Askrida diproyeksikan akan di *spin off* (dipisahkan) dari PT. Asuransi Bangun Askrida.

Menurut Ai Sobaryadi, Direktur Utama Askrida, perbedaan antara asuransi konvensional dan syariah terdapat pada akad dan hukumnya. *"Jadi, jika asuransi konvensional mengenal istilah premi, pada asuransi syariah istilah tersebut tidak ada, yang ada adalah kontribusi"* katanya saat ditemui di kantor pusat Askrida, di komplek Cempaka Mas, Jakarta.

Istilah premi dalam asuransi konvensional diartikan bahwa si tertanggung *(customer)* membayarkan seluruh pengalihan risikonya pada perusahaan asuransi. Sedangkan kontribusi dalam istilah asuransi syariah, *customer* membagi risikonya pada perusahaan asuransi, jadi *customer* tetap memiliki beban terhadap risikonya sendiri. Dalam asuransi syariah, perusahaan asuransi lebih berfungsi sebagai pengelolaan dana risiko *customer*.

Sampai saat ini, perkembangan aset ULS Askrida selalu membukukan peningkatan yang signifikan, meski *amount*nya memang masih kecil. Tahun lalu, ULS Askrida masih banyak ditopang oleh PT. Asurasi Bangun Askrida. Masalah gaji, fasilitas dan sarana, ULS belum sanggup untuk membiayai sendiri. Namun tahun ini, beban-beban tersebut sudah mulai dipenuhi oleh ULS Askrida, hanya biaya kantor saja yang masih dibebankan pada induknya.

Dari segi prestasi, meski masih berupa Unit Layanan Syariah, ULS Askrida sudah membukukan peningkatan aset yang baik. Pada tahun 2010, syarat permodalan asuransi yang memiliki unit usaha syariah menurut peraturan pemerintah haruslah memiliki modal paling sedikit Rp 25 miliar. Tahun ini, total equitas yang dimiliki ULS Askrida telah mencapai 44,5 miliar, sudah cukup melebihi batas minimal yang ditentukan oleh pemerintah. Untuk mencapai batas yang ditentukan jika perusahaan asuransi syariah dapat berdiri adalah memiliki modal minimal Rp 50 miliar. Tinggal menambah sedikit lagi sebenarnya ULS Askrida sudah dapat di *spin off*. Namun menurut Ai, ULS Askrida harus dilihat terus perkembangannya hingga siap *spin off*.

Di samping positifnya pertumbuhan keuangan, ULS Askrida juga sudah mendapatkan beberapa penghargaan lain. Misalnya diberi penghargaan sebagai cabang asuransi umum syariah terbaik 2011 versi Majalah Investor, karena ULS Askrida mencatatkan aset di atas Rp 50 miliar. Karim *Consulting* pun turut memberikan penghargaan kepada ULS Askrida sebagai *1st Rank The Best Risk Management Islamic General Insurance*, dan *2nd Rank The Bets Islamic General Insurasnce*.

Untuk poduk yang ditawarkan oleh ULS Askrida, pada umumnya sama dengan produk Askrida konvensional. Namun, untuk ULS Askrida, ada produk unggulan yang tengah digarap, yakni asuransi kesehatan. Untuk produk ini, ULS Askrida membuat target optimis dapat mencapai angka produksi kontribusi senilai 100 miliar. Menuruit lelaki lulusan Unpad ini, meski hingga sekarang angkanya baru mencapai 7 miliar, namun target 100 miliar tetap optimis didapatkan. Karena setiap perusahaan besar hampir bisa dipastikan memiliki jatah asuransi kesehatan. *"Askrida saja memiliki anggaran senilai 2 miliar khusus untuk asuransi kesehatan. Jika mencari customer perusahaan yang sebesar Askrida, dengan 50 perusahaan saja, target tersebut sudah terpenuhi"* katanya dengan nada optimis.

Menurut Ai, untuk pemasaran produk, Askrida *Alhamdulillah* memiliki *captive market* (pasar keluarga) sendiri. Begitu pula halnya dengan ULS Askrida. Pemasaran produk yang dilakukan Askrida lebih banyak mengarah pada kerjasama dengan perbankan dan pemerintah daerah. Arah pemasaran produk Askrida adalah memberikan perlindungan pada nasabah yang diberi kredit oleh bank yang menjadi rekanan Askrida. *"Kita tidak banyak bekerjasama dengan customer perorangan"* tegas mantan Direktur Keuangan Askrida ini.

*"Bank bjb syariah (BJBS) juga merupakan bagian dari captive market kita"* kata Ai melanjutkan. Meski tidak secara langsung, namun Ai melanjutkan bahwa bank bjb (BJB) yang merupakan salah satu perusahaan pemegang saham Askrida, memiliki saham pula di BJBS. Jadi BJBS merupakan *captive market* untuk ULS Askrida. Selain BJBS, ULS Askrida juga sudah menjalin kerjasama dengan Bank Muammalat dan Bank Syariah mandiri (BSM).

*Bandung Islamic Finance & Invesment Summit 2012*

# Produk Keuangan Syariah Harus Berkualitas dan Universal

Untuk mencapai eksistensi lebih kokoh secara *global*, sejumlah tantangan harus diselesaikan semua pemangku kepentingan industri keuangan berbasis syariah. Selain penajaman pasar, juga keluasan dan kualitas produk serta universalitasnya.

Poin-poin tersebut menjadi sorotan praktisi keuangan dan bankir, termasuk para ahli *fikih* di forum *Bandung Islamic Finance & Summit 2012* yang berlangsung akhir Mei 2012 di Grand Royal Panghegar Bandung. Di forum ini tampil para pembicara dari kalangan praktisi, pakar industri dan perbankan syariah berbagai negara, pakar ilmu *fikih* dari Timur Tengah, Indonesia dan Malaysia.

Pakar Hukum Islam Universitas Kebangsaan Malaysia, Profesor Madya Dr. Engku Rabiah Adawiah bt Engku Ali mengatakan, meluasnya produk-produk keuangan syariah akan terbentuk jika mampu memenuhi berbagai keperluan likuiditas. Sedangkan penetrasi pasar amat penting, dengan tercapainya *volume* serta banyak nasabah atau masyarakat pengguna industri keuangan syariah yang aktif. Sedangkan aspek universalitas akan terwujud manakala produk-produk standar yang cocok digunakan sebagai instrumen yang dibutuhkan masyarakat di lingkup *global*.

*"Produk keuangan syariah harus berkualitas. Dengan adanya pelaksanaan peraturan kukuh - melindungi pengguna dan menjamin keyakinan serta stabilitas pasar,"* ungkapnya dengan dialek Melayu amat kental.

Profesor Engku Rabiah Adawiah optimis, tantangan itu bisa diselesaikan, mengingat secara teori, *fikih* Islam sangat bersifat fleksibel. *Fikih* Islam juga lentur dan membenarkan inovasi produk-produk secara agresif. Sehingga dengan sendirinya memberikan ruang sangat terbuka bagi lahirnya inovasi produk.

Mengutip *kaidah Ushul Fikih mashur: al-ashl fi al-ashya' al-ibahah* (hukum asal sesuatu adalah boleh, selama tidak ada larangan yang memalingkannya, red), Guru Besar ilmu hukum yang juga anggta Dewan Penasehat Bank Sentral Malaysia ini menegaskan bahwa kelenturan ini menjadi tugas para ahli hukum *fikih* untuk menggunakan *ijtihad* dalam menafsirkan hukum *Fikih* Islam. *Dalil Ushul Fikih* itu memberikan pembeda hukum *fikih* Islam dengan aturan hukum ibadah dan munakahat.

Pakar *Fikih* Islam UIN Syarif Hidayatullah Prof. Dr. H. Fathurrahman Djamil, MA menyatakan pendapat yang sama. Fathurahman secara khusus menyoroti fleksibilitas lingkup *fatwa* bagi lembaga keuangan syariah. Dalam komponen syariah atau hukum Islam, berbeda dengan wahyu atau syariah yang kebenarannya bersifat *absolut*, universal dan permanen, kebenaran *fikih* atau *ijtihad* bersifat relatif, tidak universal dan tidak permanen.

Bertolak dari *dalil kaidah ushul fikih* yang dikutip Profesor Engku Rabiah Adawiah, Profesor Fathurrahman menyatakan bahwa dalam urusan ibadah, bertolak pada prinsip *"pada dasarnya semua yang berkaitan dengan ibadah terlarang kecuali diperintahkan".* Sedangkan dalam hukum mu'amalah, *"Pada dasarnya semua yang berkaitan dengannya adalah boleh."*

Di samping itu, Hukum Islam secara umum memiliki beberapa karakteristik, yakni *pertama* sempurna, maknanya mencakup berbagai bidang, bersifat prinsipil dan asasi, serta kaidahnya umum. *Kedua*, elastis maknanya dirinci melalui ijtihad. *Ketiga*, universal, artinya untuk semua manusia, cocok untuk setiap zaman, dan bersifat lintas agama atau keyakinan. *Keempat*, sistematis adalah logis, seimbang, berkaitan satu sama lain. *Kelima*, *ta'aqquli* untuk urusan ibadah dan ta'abbudi bagi aturan terkait *muamalah*.

Terkait kebutuhan modal pengembangan industri keuangan syariah di masa depan, Profesor Engku Rabiah Adawiah menegaskan, tantangannya mengenai siapa pun pihak terkait di dalamnya. Pakar syariah tidak cukup hanya memiliki kemampuan dan kapabilitas dalam bidang *fikih* dan *ushul fikih* saja. Tetapi perlu dukungan ilmu keuangan, perbankan, perundangan, serta mempunyai kemampuan bahasa Arab dan Inggris. *"Dintuntut kemampuan lintas-disiplin, dan pengalaman praktis individu yang secukupnya,"* ungkapnya. ●

Syafrullah H. Ismail:

# Bisnis Berbekal Ilmu, Sabar, dan Tawakal

Syafrullah H. Ismail, anak Betawi kelahiran tahun 1956 silam, sadar betul pentingnya ilmu. Ilmulah yang memberinya modal berbisnis, Selain kapital lain; *networking* (jaringan), modal *attitude* sabar, dan ikhtiar. Sebagai pebisnis, Syafrullah menemukan kenyamanan bertransaksi melalui pelayanan BTN Syariah.

Dari tangannya, beberapa *brand* bisnis ternama lahir, yang kemudian kini dilepasnya. Tapi *galib*nya kamus hidup pebisnis, Syafrullah mengalami episode jatuh-bangun. Bahkan satu ketika sempat merosot sampai di titian terbawah hingga titik nadir. Masa-masa sulit dampak krisis moneter *global* yang menghantam Indonesia, setidaknya dilakoni Syafrullah selama enam tahun. Syafrullah *door to door* mengantar eceran sembako; beras, minyak, dan kebutuhan pokok lainnya.

Keprihatinan dijalaninya dengan *tawakal*. Syafrullah bersabar menanggalkan reputasi pribadinya yang cukup berkilau. Secara geneologis, Syafrullah terkait kekerabatan langsung dengan sejumlah tokoh negeri ini. Syafrullah adalah mahasiswa Indonesia angkatan pertama program pertukaran mahasiswa antarnegara. Syafrullah menempuh pendidikan di *Mindanao State University Filipina, center of excellent* disiplin ilmu manajemen di Asia. Bukti reputasinya, Syafrullah sempat didaulat jadi *guest speaker* di universitas ternama itu beberapa tahun lalu. Ia lulus dari Jurusan Teknik Sipil tahun 1979, di samping dua *master degree* yang disandangnya. Tak pelak, Syafrullah memiliki *background* akademis mentereng.

Sederet nama beken merupakan kawan seangkatannya, dari Glen Yusuf (mantan ketua BPPN), Gatot Soewondo Dirut BNI dan beberapa pejabat Bank Indonesia, serta sejumlah nama bankir nasional. Syafrullah pun mencatat karir profesional berkilau. Meniti karir di beberapa bank swasta; Bank Pasifik, Bank Susila Bhakti, hingga jadi *Senior Vice President* di Bank Subentra. Tahun 1996, pria yang lahir dan tumbuh remaja di bilangan Bukit Duri Tanjakan ini banting stir merintis bisnis sebagai makelar rumah.

Tapi akibat krisis, bisnis yang dirintisnya ambruk. Syafrullah terseok-seok jadi pengecer sembako yang diangkutnya sendiri *door to door*. Syafrullah tawakal bergelut peluh. Ia semata ingin menata hidup lurus dari olah pikir dan kerja keras. Hingga momen monumental penting digapainya juga: Syafrullah mendirikan bendera bisnis properti Pesona Grup, dengan perumahan Pesona Depok salah satu proyeknya.

Diakuinya, suksesnya tak lepas dari dukungan dan *advis* dua tokoh, yakni Harun Al-Rasyid (terakhir Gubernur NTB) dan Adang Ruchyatna jenderal yang kini jadi politisi. Kini, Syafrullah mencapai titik balik: dari pengecer sembako, bangkit dan berkibar menjadi pengusaha sukses. Sosok penting lain ada di lingkungan terdekatnya, tak lain belahan hatinya Luz Saguin Ismail. Wanita Filipina yang disuntingnya sarat kisah dramatis.

Betapa tidak, bekas kawan sealmamaternya itu rela jadi WNI; meninggalkan orangtua dan kampung halamannya di Negeri Tagalog. Bahkan ikhlas jadi muslimah. Ini bermakna amat dalam bagi Syafrullah. Ketabahannya, sikap memahami, dan kerelaannya senantiasa memberi *support* Syafrullah di kala terpuruk. Padahal Luz bukan wanita sembarangan. Ia konsultan bahasa Inggris untuk sejumlah nama institusi bergengsi seperti Universitas Indonesia, LIA, Sampoerna *Foundation*, dan Depdiknas. Selain pemegang lisensi konsultan penerbit Pierson & Longman untuk kawasan Asia Pasifik. Tapi Luz Saguin tetap Luz yang tulus mendampingi dan mendukung Syafrullah di segala keadaan hingga memberinya tiga buah cinta: Farah Ismail *(International Relation Bank Bumi Putra Jakarta)*, Nurlaela Ismail *(Risk Asset Management Bank Mega Bandung)*, dan si bungsu Fauzi Ismail yang kini bersiap ke bangku kuliah.

**Selain modal ilmu, apa lagi modal Bapak dalam berbisnis?**

Dalam mengelola risiko, kita jangan meminjam dana bank lebih 60% dari total *equity*. Itu bahaya. Juga keterbukaan pada karyawan dari level atas hingga tukang sapu. Maka saya berusaha selalu memberangkatkan karyawan ke Tanah Suci.

Bagi saya, yang penting bisnis berjalan lancar, semua karyawan bisa hidup cukup, bisa menyekolahkan anak. Tidak berlebihan. Maka saya garap dua bisnis. Properti sebagai sarana pemenuhan kebutuhan dunia, biro umrah dan haji adalah bisnis yang tersambung dengan kepentingan akhirat.

**Menurut Bapak apa kelebihan sistem syariah dari konvensional?**

Saya bekas bankir. Sekarang saya banyak dibantu BTN Syariah Cabang Bandung. Karena sejak awal saya lama bermitra dengan BTN konvensional. Saya rasakan kelebihan sistem syariah, sepanjang kemitraan saya dengan BTN Syariah Cabang Bandung adalah kelebihan sisi pelayanan lebih cepat, bagi hasil lebih bagus dari konvensional. Semua transparan dan akuntabel. Kita selalu diskusikan kalau ada masalah dengan *cash flow*. Sebaliknya, kita tak boleh menyalahi akad yang diperjanjikan. Jika di akadnya untuk beli barang, ya beli barang. Jika untuk modal, ya untuk modal, jangan dipakai membeli kendaraan pribadi. (dadan)

## PT. Manajemen Mihrab Qolbi

# Pelayanan Terbaik untuk Keutamaan Ibadah

Profesionalisme pelayanan bagi biro pelaksana haji dan umrah, semakin niscaya. Hal ini seiring lonjakan minat masyarakat muslim menunaikan ibadah haji dan umrah dari waktu ke waktu. Inilah pedoman pelayanan PT. Manajemen Mihrab Qolbi. *"Keutamaan ibadah para jamaah adalah orientasi pelayanan kami,"* kata Syafrullah H. Ismail, Komisaris Utama PT. Manajemen Mihrab Qolbi.

Awalnya dikenal dengan bendera penyelenggara haji dan umrah Manajemen Qalbu rintisan KH. Abdullah Gymnastiar yang karib kita kenal sebagai Aa Gym. Di tahun 2006, Syafrullah bergabung ke dalamnya bersama Kosasih Wikanta, koleganya sesama pebisnis. Tahun 2010, Aa Gym melepaskan kepemilikannya. Dengan perubahan komposisi dewan direksi, MQ *Travel* yang semula menaungi perusahaan tetap melekat pada perubahan bendera usaha baru bernama PT. Manajemen Mihrab Qolbi yang dikelola Syafrullah dan Kosasih. Di tangan keduanya, bendera Manajemen Mihrab Qolbi tetap berkibar hingga masuk kelompok biro penyelenggara haji dan umrah *"5 Besar"* nasional.

Dunia bisnis memang bukan hal baru bagi Syafrullah dan Kosasih. Keduanya dikenal sebagai pengusaha properti, usaha mikro, juga sayap baru usaha poliklinik rakyat. Mihrab Qolbi dikendalikan keduanya dari kantor manajemen induknya di Tebet Barat VIII No. 27 Jakarta, serta kantor cabang Bandung di Jl. Gegerkalong Hilir No. 143 Sukasari Bandung. Jaringan pelayanannya tersebar melalui agen dan marketing yang tersebar di beberapa daerah hingga NTT dan Makasar. Pelayanan mengedepankan kenyamanan dan kualitas ibadah para klien, mendorong minat dan kepercayaan masyarakat terhadap. Tak heran ribuan jemaah mempercayakan pelayanan ibadah setiap musim haji. Serta ribuan jemaah umrah tergabung dalam *kafilah*-nya.

Ini didukung jajaran *ustadz* dan *ustadzah* pembimbing agama *qualified*. Sehingga memberikan kemantapan hati para jemaah yang tergabung dalam *kafilah*-nya. *"Bilamana ada jemaah merasa pelaksanaan ibadahnya belum sempurna, para pembimbing kami memandu ulang ibadah berdasarkan permintaan jamaah,"* tutur Syafrullah soal salah satu kunci pelayanannya. Ini sebagai komitmen pelayanan Manajemen Mihrab Qolbi untuk melayani tujuan kesempurnaan ibadah anggota kafilahnya, seperti *motto* Mihrab Qolbi: *Perjalanan suci menuju perubahan hati*.

Tingginya minat dan kepercayaan masyarakat, terbukti dari beberapa kali raihan prestasi sebagai penyelenggara umrah dan haji terbaik. Pengakuan datang dari sejumlah maskapai penerbangan yang menjadi mitra PT. Manajemen Mihrab Qolbi. *"Beberapa kali kami mendapat penghargaan maskapai penerbangan sebagai penyelengara umrah haji terbaik dalam jumlah pembelian tiket,"* ujar Syafrullah. Selama ini, pihaknya bekerjasama dengan enam maskapai domestik dan asing di antaranya Garuda Indonesia, *Batavia Air, Lion Air, Saudi Arabia Airlines, Qatar Airlines*, dan *Jordan Airlines*.

### Mitra Strategis BTN Syariah

Reputasi PT. Manajemen Mihrab Qolbi yang senantiasa menjaga kualitas pelayanan terhadap jamaah, menjadikannya mitra strategis BTN Syariah. Manajemen Mihrab Qolbi dipercaya menjadi penyelenggara pengguna produk umrah dan haji BTN Syariah. Dalam menjaring klien, Manajemen Mihrab Qolbi melakukan kerjasama dengan berbagai lembaga dan ormas keagamaan, serta institusi negara maupun swasta. Ini tak lepas dari reputasi pengelola manajemen, direksi dan serta dewan komisaris.

Selain melayani servis reguler, Manajemen Mihrab Qolbi juga mengembangkan model layanan *taylor made*, yang disesuaikan dengan permintaan klien. Layanan ini bersifat fleksibel. Bilamana klien meminta kami membimbing penuh atau tidak, bahkan jika tidak memerlukan layanan tenaga pembimbing, hanya mengelola akomodasi. *"Ini terutama jemaah asal kafilah lain, karena kelengkapan administrasi KBIH-nya belum lengkap,"* papar Syafrullah.

Untuk program periode ini, Mihrab Qolbi melayani pemberangkatan umrah empat sampai enam kali dalam sebulan. Terakhir, jadwal pemberangkatan 31 Juli-8 Agustus 2012, dan 11-22 Agustus 2012 untuk program umrah Ramadhan 1433 Hijriyah. Manajemen berusaha melayani semua kepentingan jamaah, serta permintaannya, kecuali permintaan berisiko, *"Misalnya permintaan mendatangi kawasan-kawasan tertentu di Israel, atau Suriah yang saat ini bergolak. Kami jelaskan kepada mereka tentang situasi setempat,"* papar Syafrullah.

# Setiap 3 KM: 10 Peluang Bisnis

Oleh H. Nana Mulyana
(Direktur PT. Nuansa Aluminium,
Ketua Kompartemen Syariah KADIN Jabar)

Krisis global 1997 memberi banyak pelajaran, sekaligus memberi momentum bagi bisnis. Seperti yang saya alami, Bisnis yang saya rintis hancur. Saya berusaha menginovasi produk dan manajemen, akhirnya mulai berkembang. Awalnya, saya punya seorang pegawai saja. Tahun 2000 saya mulai mengembangkan bisnis ke Cirebon dan Banjar. Ternyata peningkatannya cukup signifikan. *Alhamdulillah*, bisnis saya terus berkembang.

Saya meluaskan pasar ke seluruh Indonesia, melalui kemitraan dengan lebih 100 binaan. Sampai saat ini bisnis terus berkembang seiring pengembangan produk dan wilayah pemasaran. Wilayah Jawa saja, potensi pasarnya tidak akan habis 30 tahun. Prospek bisnis ini sangat bagus.

Dalam ilmu bisnis, langkah pertama yang perlu dilakukan adalah menyusun strategi. *Pertama*, produk yang akan dijual. *Kedua*, sisi pasar. Analisa persaingan dan pemasaran, itu rangkaian strategi yang harus disiapkan. Selain uang, potensi pasar yang besar merupakan modal lain yang saya miliki. Masih sedikit pebisnis yang bermain di bisnis ini. Marjinnya pun sangat bagus. Berdasarkan hal itu, saya putuskan untuk fokus di bisnis ini. Sehingga keputusan yang saya ambil, bukan hanya berdasar *feeling* bisnis saja, namun berdasarkan analisa cermat.

Selanjutnya merecanakan kapan bisnis ini dimulai. Di mana lokasinya, dan lain sebagainya. Langkah yang akhirnya menuntun saya memilih Bandung Timur sebagai lokasi pabrik dan Priangan Timur sebagai pengembangan pasar saya.

Sebenarnya saya tak bisa bekerja secara teknis. Saya tidak bisa bikin tangga, kusen, bahkan semua produk saya tidak bisa bikin. Tapi satu hal: saya tidak bisa dibohongi. Belum tentu seorang arsitek bisa memasang bata, tapi seorang arsitek dapat membuat sebuah bangunan kokoh dan hebat

## Kultur Bisnis

Orang tua saya memang pengusaha. Dari lima bersaudara, hanya satu kakak yang tidak memilih jalur wirausaha. Saya pun mulai menerapkan pemahaman bisnis pada anak-anak saya. Anak saya yang paling besar malah sudah mulai belajar berwirausaha di sekolahnya.

Selain latar belakang keluarga wirausaha, saya juga termotivasi satu kisah hikmah. Alkisah, ada tiga orang beriman, yakni *mukminin*, *alim*, dan *agniya*. Saat ketiganya akan masuk surga *Allah SWT* meminta *mukminin* masuk surga. *Mukminin* itu menolak dan memohon *Allah SWT* memasukkan kaum *alim* lebih dulu, karena kaum itu yang membiayai dia sehingga kaum *mukminin* ber*pahala*. *Allah SWT* meminta alim masuk surga terlebih dahulu. Tetapi kaum alim pun memohon agar *Allah SWT* memasukkan agniya ke surga terlebih dahulu. Karena, agniyalah yang banyak membantu pesantrennya. Agniya terkaget-kaget, dia mendapati catatan amalnya banyak sekali. karena pahalanya berlipat-lipat. *Multilevel pahala* namanya. Cerita itu memotivasi saya untuk terus menjadi pegusaha. Karena bisa mengajak orang lain berwirausaha, memasilitasi, mengajak mereka mengerjakan hal-hal *pahala* seperti yang didapat kaum *agniya*.

## Intuisi Bisnis Melihat

Soal peluang usaha, insya Allah, saya bisa mendapatkan 10 peluang usaha pada setiap jarak 3 kilometer. Misalkan di pusat perkantoran di BRI *Tower* (Jalan Asia Afrika). Bagaimana kita dapat mencari peluang bisnis di sana? Jika membuat kios rokok di depan gedung, kemungkinan besar kita

digusur. Maka kita mulai mencari informasi soal kondisi lokasi. Ada berapa kantor di gedung itu? Berapa kira-kira jumlah orangnya? Bagaimana segmentasi kantor tersebut?

Para pegawai di perkantoran itu tentu sangat sibuk. Berangkat pagi pulang malam. Tak ada waktu berkeliling sepulang kerja, karena terlalu lelah. Maka kita dapat menawarkan bisnis dengan mejual buah-buahan segar. Seminggu sekali, setiap pegawai kantor pulang, kita siapkan buah-buahan segar. Apa mereka mau? Tentu mau.

Peluang lain, *toilet* kantor seperti di BRI *Tower* tentu bersih dan nyaman. Bagaimana dengan *toilet* di rumah para pegawainya? Belum tentu sebersih kantornya. Waktu yang padat saat bekerja, belum tentu mereka membersihkan *toilet* rumah. Belum tentu juga pembantu mereka bisa membersihkan *toilet* dengan baik. Maka kita dapat menawarkan salon *toilet* pada mereka. Kita latih anak-anak putus sekolah cara membersihkan *toilet* dengan benar, bahkan hingga terlihat baru lagi. Dengan biaya 250 ribu, sepertinya sesuai. Melihat peluang-peluang seperti itu harus terus diasah lebih peka lagi.

Yang perlu dipahami wirausahawan, peluang itu banyak. Dan modal selalu ada. Dalam teori bisnis, modal itu ada yang terlihat dan tidak terlihat. Yang tidak terlihat itulah yang susah dihitung. Saya punya pengalaman, seorang pengusaha *gypsum* Malaysia ingin perusahaan saya mejadi distributor produknya. Dalam bayangan saya, menjadi distributor memerlukan modal besar. Ternyata, perusahaan *gypsum* itu malah membantu saya, mereka kirim barang secara rutin, syaratnya hanya satu: Menjaga kepercayaan.

Kesimpulannya, berwirausaha itu solusi, bukan alternatif. Bukan sambilan jika gagal menjadi PNS. Syarat mutlak menjadi pengusaha adalah bisa bertahan. Kunci menjadi pengusaha yang *pertama* adalah berpikir besar. Bisnis ini berawal dari mimpi, saya bermimpi bisa duduk di meja direktur, memimpin rapat, memberi hal baru setiap hari,dan dapat beramal setiap hari. *Kedua*, adalah fokus dengan apa yang akan kita kerjakan. *Ketiga*, adalah tidak berhenti, tidak terputus-putus. Jangan dulu santai, karena santai ada waktunya. *Keempat* adalah *speed*. Kecepatan dalam bertindak, kecepatan dalam berpikir. *Kelima*, punya daya tahan. *Keenam*, *responsible*. Kita harus dapat merespon setiap peluang.

## *Entrepreuneurship* Muslim

Terakhir dan terpenting, kembali kepada agama. Itu merupakan solusi yang perlu dipahami wirausahawan. Maka untuk pendidikan, saya sekolahkan anak-anak saya ke pesantren. Saya berkeyakinan, yang harus ditanamkan pertama menjadi pebisnis adalah nilai agama. Motivasi yang dibangun adalah, bahwa Islam harus kaya, salah satu manfaatnya adalah untuk menambah pahala. Maka saya selalu senang menyebarkan virus wirausaha.

Di Nagreg, saya dirikan Yayasan Imam Safi'i. Selain membentuk karakter keagaman para santri dengan keimanan yang *sakinah*, juga membangun jiwa wirausaha. Kita rekrut para pemuda pengangguran, dididik berwirausaha. Di sana kita produksi tangga dengan kapasitas produksi 3000 unit tangga almunium perbulan yang kita pasarkan ke seluruh indonesia. Saya ingin mengikis *stigma* buruk pesantren sebagai lembaga pendidikan tradisional, terbelakang, bahkan *"sarang teroris"*, dan mengubahnya. Saya ingin mengubah label pesantren menjadi positif, sebagai tempat lahirnya banyak pengusaha. Maka, santri perlu dididik memiliki kepercayaan diri dalam berbisnis.

*(Penulis adalah salah seorang entrepreneur muda pribumi, kelahiran Majalengka, 14 Juni 1972. Merintis bisnis sebagai pemilik kios alat elektronik yang kemudian bangkrut. Berbekal sisa aset sebuah mobil Carry yang laku dijualnya Rp 7 juta. intuisi bisnis, keuletan, sabar dan tawakal sukses membangun bisnis PT. Nuasa Alumunium yang kini menguasai 30 market share produk alumi-nium Jawa Barat.)*

## Undang Undang No. 21/2011 Tentang Otorisasi Jasa Keuangan (OJK)

# Ke Mana Arah Perbankan Syariah?

Pemerintah dan DPR mengesyahkan Undang Undang No. 21 Rahun 2011. Langkah bertahap segera dilakukan terutama pengawasan perbankan yang semula berada dalam kewenangan Bank Indonesia (BI), segera beralih ke lembaga Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Tentang OJK, Pasal 2 Undang Undang No. 21/ 2011 menyebutkan, *"OJK adalah lembaga yang independen dalam melaksanakan tugas dan wewenangnya, bebas dari campur tangan pihak lain, kecuali untuk hal-hal yang secara tegas diatur dalam Undang-Undang ini."*

Terkait tujuan, fungsi, tugas, dan wewenang tertuang dalam Bab III, sebagai berikut:

*"OJK dibentuk dengan tujuan agar keseluruhan kegiatan di dalam sektor jasa keuangan: terselenggara secara teratur, adil, transparan, dan akuntabel; mampu mewujudkan sistem keuangan yang tumbuh secara berkelanjutan dan stabil; dan mampu melindungi kepentingan Konsumen dan masyarakat."* (Pasal 4).

*"OJK berfungsi menyelenggarakan sistem pengaturan dan pengawasan yang terintegrasi terhadap keseluruhan kegiatan di dalam sektor jasa keuangan."* (Pasal 5) *"OJK melaksanakan tugas pengaturan dan pengawasan terhadap: a. kegiatan jasa keuangan di sektor Perbankan; b. kegiatan jasa keuangan di sektor Pasar Modal; dan c. kegiatan jasa keuangan di sector Perasuransian, Dana Pensiun, Lembaga Pembiayaan, dan Lembaga Jasa Keuangan Lainnya."* (Pasal 6).

Selanjutnya dijelaskan, *"Untuk melaksanakan tugas pengaturan dan pengawasan di sektor Perbankan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6 huruf a, OJK mempunyai wewenang: a. pengaturan dan pengawasan mengenai kelembagaan bank yang meliputi: 1. perizinan untuk pendirian bank, pembukaan kantor bank, anggaran dasar, rencana kerja, kepemilikan, kepengurusan dan sumber daya manusia, merger, konsolidasi dan akuisisi bank, serta pencabutan izin usaha bank; dan 2. kegiatan usaha bank, antara lain sumber dana, penyediaan dana, produk hibridasi, dan aktivitas di bidang jasa; b. pengaturan dan pengawasan mengenai kesehatan bank yang meliputi: 1. likuiditas, rentabilitas, solvabilitas, kualitas aset, rasio kecukupan modal minimum, batas maksimum pemberian kredit, rasio pinjaman terhadap simpanan, dan pencadangan bank; 2. laporan bank yang terkait dengan kesehatan dan kinerja bank; 3. sistem informasi debitur; 4. pengujian kredit (credit testing); dan 5. standar akuntansi bank."* (Pasal 7).

Beberapa tahapan sudah dilewati, sejak awal 2012 lalu, meliputi *tahap I.* Seleksi Calon Anggota Dewan Komisioner dengan tahapan sbb: 1. Pengumuman pendaftaran melalui surat kabar dan laman www.pansel.ojk.go.id sejak 30 Januari 2012. 2. Masa pendaftaran 30 Januari - 14 Februari 2012.

*Tahap II. Fit And Proper Test*: 1. Setelah menerima nama dari Pansel, paling lambat 12 hari (2 April), Presiden mengirim nama calon anggota Dewan Komisioner ke DPR. 2. DPR paling lama memproses *fit and proper test* nama dari Presiden selama 45 hari kerja (awal Juni 2012). 3. DPR menyerahkan hasil *fit and proper test* kepada Presiden paling lama lima hari setelah selesai *fit and proper test*. 4. Presiden mengangkat dan menetapkan anggota Dewan Komisioner paling lama 30 hari setelah menerima nama dari DPR. Sesuai UU Nomor 21 Tahun 2011 tentang OJK, paling lambat delapan bulan setelah diundangkan, artinya 22 Juli 2012 Presiden harus sudah melantik anggota Dewan Komisioner OJK. Terdiri dari 9 orang, untuk posisi 1. Ketua, 2. Wakil Ketua sekaligus Ketua Komite Etik, 3. Kepala Eksekutif Pengawas Perbankan, 4. Kepala Eksekutif Pengawas Pasar Modal, 5. Kepala Eksekutif Pengawas Perasuransian, Dana Pensiun, Lembaga Pembiayaan, dan Lembaga Jasa Keuangan lainnya, 6. Ketua Dewan Audit, dan 7. Satu anggota membidangi edukasi, dan perlindungan konsumen. 8. Dua orang lainnya adalah satu orang wakil dari Kementerian Keuangan dan dari Bank Indonesia.

Selanjutnya tahap Peleburan ke OJK. 1. Paling lama 1 bulan sejak diangkatnya anggota Dewan Komisioner, Dewan Komisioner harus segera membentuk tim transisi setelah berkoordinasi dengan Menteri Keuangan dan Gubernur Bank Indonesia. 2. Paling lama 2 bulan sejak diangkatnya anggota Dewan Komisioner, Dewan Komisioner harus menetapkan struktur organisasi, tugas pokok dan fungsi, standar prosedur operasional, dan rancang bangun infrastruktur OJK termasuk anggaran OJK 2013.

# "Tak Ada Representasi Figur Asuransi Syariah"

Srikandi Utami | *Head of Syariah PT Sun Life Financial Indonesia*

Semua calon DK OJK yang diuji DPR tidak ada yang mewakili industri asuransi syariah. Namun diharapkan pemerintah dan DPR segera mewujudkan regulasi terkait asuransi syariah. Sejauh ini pelaksanaan asuransi syariah hanya merujuk pada dua Peraturan Menteri Keuangan (PMK), yakni PMK No. 18 /PMK.010/2010 tentang Penerapan Prinsip Dasar Penyelenggaraan Usaha Asuransi dan Usaha Reasuransi Dengan Prinsip Syariah dan PMK No. 11/PMK.010/2011 tentang Kesehatan Keuangan Usaha Asuransi dan Usaha Reasuransi Dengan Prinsip Syariah. Hingga saat ini kita hanya menggunakan dua PMK itu saja.

Saya tetap berharap banyak dari peran OJK bagi dunia bisnis syariah ke depan. Secara keseluruhan, ia optimis akan keberadaan lembaga ini karena dengan pengawasan yang terpusat dianggap lebih efisien. Industri asuransi syariah akan mengikuti peraturan yang akan dibuat setelah terbentuknya OJK. Apalagi, sambungnya, hal ini demi kebaikan dunia jasa keuangan di Indonesia. *(hukumonline.com)*

Wahyu Dwi Agung :

## "Profesionalisme Pengawas Bank Syariah"

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebenarnya tak memiliki dampak terlalu signifikan terhadap lembaga keuangan syariah. Hal yang terpenting adalah adanya pengawasan yang professional sesuai dengan koridor yang ada.

Dua hal berbeda kalau OJK hanya pengawasan dia tidak akan mematok target tertentu bagi lembaga keuangan. Kendati demikian, secara tak langsung OJK pun setidaknya dapat turut mendorong pertumbuhan lembaga keuangan syariah. Menurutnya, fungsi utama pengembangan lembaga keuangan terletak pada manajemen. Setidaknya pengawasan dapat dilakukan kepada manajemen sebagai wakil pemegang saham.

Kehadiran OJK pun setidaknya dapat menjaga industri perbankan pada bisnis yang benar, sehingga dapat melindungi masyarakat. Sementara agar sejumlah transaksi menggunakan lembaga keuangan syariah pun tetap akan tergantung dari keinginan baik pemerintah untuk mengembangkan industri keuangan syariah di Tanah Air. Di sisi lain lembaga keuangan syariah pun harus meningkatkan daya saing agar dapat melayani nasabah dengan lebih baik. Dengan demikian pengelolaan sejumlah transaksi di lembaga keuangan syariah pun dapat dilakukan karena telah memiliki infrastruktur memadai. (republika.co.id)

# Beasiswa BPRS Cipaganti untuk Tingkatkan Kapasitas SDI

Untuk meningkatkan kualitas sumber daya insani, manajemen BPRS Cipaganti, memberikan program bea siswa kepada 39 karyawannya.

Bekerjasama dengan STIE Muhamadiyah Bandung, BPRS milik *Group* Cipaganti ini berusaha mempersiapkan SDI yang kompeten untuk bidang mikro, yang ditunjang dengan pemahaman syariah yang memadai. Bukan hanya sebatas kursus-kursus yang bersifat selintas, melainkan lebi h dari itu, berupa pendalaman intensif. Apalagi di BPRS Cipaganti masih banyak karyawan yang berlatar pendidikan SMA dan D3, di samping yang putus kuliah di jenjang S1.

Dalam jangka panjang, BPRS Cipaganti ingin menyiapkan SDI yang handal untuk pelayanan mikro syariah. *"Setelah kita cari model dan wadah pendidikannya, akhirnya kita ketemu STIE Muhamadiyah Bandung, khususnya Manajemen Ekonomi Syariah yang sejalan dengan keinginan kita,"* ujar Direktur BPRS Cipaganti Lucky Adriana Sambas.

Melalui sebuah MoU, antara manajemen BPRS Cipaganti dengan STIE Muhamadiyah Bandung, terselanggaralah perkuliahan intensif, dua kali sepekan setiap Jumat dan Sabtu sejak *ba'da* maghrib hingga pukul 22.00. Lokasi perkualiahan dibuat mudah bagi karyawan, yakni di *banking hall* milik BPRS Cipaganti di Jl. Diponegoro No. 21 Bandung.

Untuk angkatan pertama, terpilih 39 karyawan yang menjadi mahasiswa. Seleksi diadakan cukup ketat, dengan prioritas pertama pada karyawan putus kuliah dengan berbagai sebab. Kedua seleksi menurut jenjang jabatan: unit *head*, pimpinan cabang, dll. Selanjutnya seleksi akan diteruskan pada jenjang staf, hingga tenaga *security*, *office boy*, dan pengemudi. Uniknya, dua peserta di antaranya nonmuslim. *"Tanpa kita paksa mereka ikut pelajaran syariah. Mereka sukarela mengikutinya,"* ujarnya.

Program beasiswa ini tak pelak disambut sukacita seluruh karyawan peserta. Karena selain mereka mendapat biaya perusahaan Rp 2 juta per semester, juga mendapat makan malam gratis setiap perkuliahan. Yang lebih penting, manajemen Cipaganti selain ingin menumbuhkan spirit akademis dan kultur belajar tanpa henti, *"Kami juga ingin memberikan kebanggaan pada orang tua dan keluarga mereka, kelak jika sudah lulus dan menjadi sarjana, tentu membanggakan karena bisa mewujudkan harapan mereka yang sempat tertunda karena berbagai alasan,"* papar Luky.

Dalam setahun, mereka akan menjalani 3 semester. Untuk semeter awal yang dimulai 1 Juni 2012 lalu, kini mereka tengah mengikuti mata kuliah dasar atau MKDU seperti sejarah Islam, dlsb.

Manajemen BPRS Cipaganti konsiten menanamkan kesadaran syariah dalam lingkungan dan praktik kerja seluruh karyawannya. Sejak *ba'da* subuh, Dirut sudah menyebarkan pesan-pesan spirit kepada seluruh karyawan. Karena memang kita menyadari praktik syariah kita belum sempurna dan tidak akan pernah sempurna, tapi kita terus meningkatkannya dari waktu ke waktu."

*"Ini merupakan salah satu wujud komitmen kami dalam upaya mencetak sumber daya syariah handal dan menguasai dasar-dasar keilmuan yang dibutuhkan,"* tambah Lucky Sambas pula.

# *Tabarru* itu Satu Keharusan

Oleh Dr. Agus Shihabudin, MA
(Pimpinan Pontren Al-Haromain, Staf Pengajar Departemen Sosio Teknologi ITB)

Harus diakui, kesadaran masyarakat berasuransi syariah masih rendah. Kecenderungan investasi yang sekarang ada adalah kecenderungan motif investasi profitabilitas. Sementara orientasi yang sifatnya *takafful ijtima'* (tumbuhnya rasa senasib sepenanggungan yang berujung pada kesadaran bantu membantu), masih rendah. Ini tantangan bagi dunia asuransi syariah, sehingga belum mendapatkan tempat di masyarakat, belum seperti halnya perbankan syariah.

Asuransi syariah tentu asuransi yang berbasiskan nilai-nilai *syar'i*. Nilai *syar'i* dalam asuransi syariah yaitu adanya *takafful ijtima'* itu tadi. Konsepnya kebajikan yang disebut *tabarru*. Ketika seseorang bertransaksi asuransi, titik tolaknya bukan ingin mendapatkan *profit*, melainkan ingin ber-*takafful ijtima'*, dia ingin tabarru, ingin berbuat bajik kepada orang lain. Sebaliknya saat yang bersangkutan dihadapkan dengan masalah, juga bisa mendapatkan manfaat dari *tabarru* yang terkumpul tadi.

Maka dari aspek syariat Islam, secara teori asuransi seperti itu, justru itulah implementasi dari *syariat* Islam. Itulah perwujudan dari *syariat* Islam. Bahwa, sebagai makhluk Allah yang *madaniyyun bith-thab'iy*; yang tidak bisa hidup sendiri, harus saling gandeng dengan yang lain, saling bahu membahu, tolong menolong diwujudkan melalui praktik asuransi syariah. Manfaatnya besar sekali karena ada nilai ibadah. Motif yang harus ditanamkan masyarakat adalah motif berasuransi seperti ini, bukan hanya bergerak dalam asuransi yang motifnya *profit oriented*.

## Sosialisasi *"Nilai"*

Tapi kesediaan orang ber-*tabarru* itu masih rendah. Ini boleh jadi karena kurangnya sosialisasi. Sehingga nilai-nilai ini belum sampai kepada masyarakat. Maka kita punya kewajiban untuk menyosiaisasikan, sebagai juru dakwah, *mubaligh*, aktivis agama, lalu para pemimpin, wajib melakukan sosiasliasi nilai syariah ini kepada masyarakat, sehingga tumbuh kesadaran untuk berbuat bajik.

Persoalan selanjutnya, rendahnya partitispasi masyarakat berasuransi syariah bisa disebabkan karena sumber daya manusia di lingkungan asuransi belum mampu mengedukasi masyarakat dengan tepat. Seringkali tenaga *marketing* asuransi syariah tertentu tetap menggunakan pendekatan asuransi konvensional. Hanya *risk*, tidak berbicara basis *tabarru*, padahal ini yang harus dijelaskan komprehensif. *"Kami ingin menawarkan program kebajikan, sesuatu yang bernuansa duniawi sekaligus ukhrawi".* Begitulah seharusnya. Tidak juga hanya menyerahkan juru dakwah, para pemimpin formal dan pemimpin informal, sebab mereka belum tentu memahami terminologi-terminologi asuransi. Mereka tentu tak mengetahui persis bagaimana operasionalisasinya. Bagaimana prinsip *tabarru* diaplikasikan dalam praktik asuransi. Yang punya ilmu, yang punya *"pisau"*-nya adalah tenaga *marketing* industri asuransi syariah. Makanya mereka harus menjelaskan secara tepat.

Maka secara teori, asuransi syariah sudah *syar'i*. Dana yang digunakan untuk memberikan manfaat pada orang yang mendapatkan musibah berasal dari alokasi dana yang statusnya dana kebajikan. Maka dana setoran asuransi syariah, apa yang dikenal sebagai premi dalam asuransi konvensional, tidak diposisikan sebagai kekayaan perusahaan, tetapi dibagi-bagi ke berbagai peruntukkan: untuk operasional dan lain sebagainya. Keuntungan dari perusahaan asuransi syariah adalah selisih antara biaya operasional yang diusahakan. Makin efisien operasional, makin besar selisih dana, makin besar keuntungannya yang didapatkan.

Ada sebagian dikumpukan ke *tabarru*, maka *tabarru* bukan marjin. Hakekatnya titipan dari umat yang harus digunakan sesuai ketentuan. Maka dari perspektif syariah, konsep asuransi ini sudah dibicarakan MUI Pusat, konsep *tabarru* yang dipraktikkan dalam asuransi syariah sudah sangat *syar'i*. Tinggal bagaimana marketing mengedukasinya.

Tujuan edukasinya, *pertama* menumbuhkan kesadaran minat, daya partisipasi masyarakat untuk bersuransi. *Kedua*, supaya *akad* transakasinya sesuai nilai syariah. Kalau tenaga *marketing* menejelaskan hak dan kewajiban klien tak mengedukasi sesuai syariah, di pikiran klien adalah premi, sebagai nilai *advanted* mereka. Padahal harus sejak awal menjelaskan soal nilai, hingga masyarakat mengerti dan terdorong berasuansi syariah: Menolong tanpa kehilangan bahkan mendapatkan manfaatnya.

Tenu Suparno

# Nilai *"Adiluhung"* Dunia *Marketing*

Layaknya anak seorang dokter, Tenu tak semestinya susah payah bergelut peluh dan air mata membangun masa depan. Secara lahiri, modal akademis hingga perguruan tinggi bukan kendala besar baginya. Jika mau, Tenu bisa saja menempuh pendidikan setinggi mungkin. Tapi tidak bagi Tenu Suparno yang cenderung berjiwa *aponturir*. Dari keprihatinan dan lakon berliku itu, Tenu membangun kemandirian, karya dan karirnya hingga jadi seorang pimpinan cabang saat ini.

Kesukaannya menjajal hal baru sudah dilakukannya sejak masa kecil dan tumbuh dewasa di Cirebon. Itu berlanjut hingga kuliah D3 Manajemen di Yogyakarta, kampung halaman sang ayah. Tenu memutuskan bekerja setelah merampungkan kuliahnya. Ragam pekerjaan dan minat dilakoninya, salah satunya bidang agribisnis: beternak ikan lele bersama teman-temannya sebagai kegiatan produktif sebelum mendapatkan pekerjaan tetap. Cara *trial and error* dijalaninya hingga menguasai praktik menyuntik hormon hypofisa ke lele betina, satu cara efektif mengembangbiakan lele, *"Melalui uji coba kematian belasan ekor lele,"* ujar Tenu tergelak.

Kerja lain yang pernah dilakoni pria kelahiran Cirebon tahun 1970 ini, pelayan di pusat perbelanjaan. Tenu menggeluti pernak-pernik pakaian, kebutuhan rumah, dan sekolah, hingga bumbu dapur. Hal sangat berkesan menghabiskan waktu berjam-jam di deretan barang, bertemu dan mengenal *customer* dari berbagai kalangan dan karakter Tak urung itu dilakoninya 10 tahun, dari pramuniaga biasa hingga menduduki jabatan *store manager* sebuah swalayan terkemuka. Semua hasil pengalaman sebagai pekerja *level* bawah hingga piawai menganalisa dan menerangkan *"ramuan" marketing* agar swalayan ramai pembeli. Prinsip *"pembeli adalah raja",* semboyan tak ada kata tidak ada dalam melayani *customer* adalah prinsip yang diterapkannya sebagai konsekuensi kecintaannya akan bidang ritel perdagangan.

Dunia jual-menjual tampaknya memikat lebih dalam minatnya. Tenu menyukai profesi *sales and marketing* sebagai penjual/pemasar barang. Profesi itu pun dijajalnya, dari menjual barang elektronik hingga mobil. Dari sini pula Tenu mendapat banyak pelajaran dan inspirasi. Hal yang semula difahaminya sebagai hal yang tidak penting, belakangan dimaknainya nilai penting bagi *marketing*. Tenu sempat tak habis mengerti saat diperintah mengganti ban bocor subuh hari, kala ia menjalani masa orientasi *training* sebagai *marketing* rokok. *"Marketing dituntut mampu mengatasi segala ruang dan waktu. Tak ada kata "tidak bisa",* ujarnya soal *"kesamaptaan"* seorang *marketing*.

*Adrenalin* merantau rupaya terus memicu jiwa mudanya. Menjajal rimba Jakarta adalah obsesi berikutnya setelah itu. Berbekal *"peta buta"*, tekad Tenu mantap mengadu nasib ke ibukota. *"Dari profesi marketing saya dapatkan seni bertemu dan berkenalan dengan orang baru saban waktu. Ternyata itu membuat kebahagiaan tersendiri, karena dari situ saya memiliki banyak relasi,"* tuturnya pula.

Dengan intuisi dan mengalirnya hidup sehari-hari, Tenu perlahan menaklukan Jakarta, Tenu kian tahu bagaimana menyiasati premanisme jalanan, yang sudah jadi bagian keseharian Jakarta. Bergaul dengan beberapa preman jalanan, di Lapangan Banteng dan kawasan *"keras"* Jakarta lainnya. *"Kerasnya mereka itu untuk survive. Kenapa mesti takut, kita pun bertahan hidup kok,"* ungkap Tenu yang menuntaskan sarjana di Fakultas Ekonomi Universitas Jayabaya ini.

### Makna Persahabatan

Tapi Tenu tak melupakan niat menata masa depan. Segala pekerjaan tetap dilakoninya. Dan bidang *marketing* tetap memikatnya. Profesi *sales* obat sempat dilajaninya sarat nuansa haru-biru. Tapi lagi-lagi Tenu tak luput dari pelajaran hidup. Dari pergulatannya hingga di situ, Tenu menemukan makna luhur persahabatan.

Tenu diminta bantuan seorang dokter spesialis orthopedi di sudut terisolir Tangerang Selatan, Tenu merenung dalam. Kedekatan sebagai seorang *sales* obat dengan sang dokter, mendorongnya berusaha keras mendapatkan tongkat bagi pasien sang dokter. Celakanya, barang yang diminta mesti didapatnya di bilangan Jalan Pramuka Jakarta Pusat. Dengan sepeda motor, Tenu susah payah menempuh jarak puluhan kilometer dari pedalaman Tangerang Selatan kala itu, menembus jalanan padat Jakarta. Tak cuma itu, Tenu mesti merogoh koceknya sendiri membeli tongkat pesanan sang dokter.

Semua dilakukannya lantaran satu hal: Tenu menemukan persahabatan tulus dokter pada pasiennya. Sentuhan makna membuat Tenu rela diejek dan ditertawakan seorang kawan yang memergokinnya di satu jembatan layang Jakarta, susah payah melajukan motor dengan tongkat melintang di jok belakang. Spirit positif profesi *marketing*, memberinya banyak nilai. Bahkan, hingga jadi *Sales Manager BRIngin Life* Syariah, Tenu kerap merasa terlambat mengenali dunia asuransi.

Gowes bersama BMPD - Asbisindo.

Sebagian Panitia Gowes BPD Asbisindo Jabar usai memberi Santunan ke Panti Asuhan Al Amin

Studi Banding BPR Syariah Asbisindo Jawa Barat ke DI. Yogyakarta Tanggal 5-7 Juli 2012.

Penandatangan Prasasti Gedung Baru PT. BPRS Baiturridha Pusaka oleh Dirut PT. KAI Ignasius Jonan dan Ketua Umum Yayasan Pusaka Badar Zaenie.

## Konsultasi

# Seputar Asuransi Syariah

**Pertanyaan :**

*Apakah hukum asuransi menurut Islam? Mohon penjelasan.*

**Jawab :**

Diakui, para *ulama* Islam berbeda pendapat tentang hukum asuransi berdasarkan hukum *syariat*. Ulama yang mengharamkan asuransi berpendapat, keberatan ulama terhadap praktik asuransi konvensional saat ini adalah bahwa asuransi merupakan kontrak perjudian, asuransi hanyalah pertaruhan, asuransi bersifat tidak pasti, asuransi jiwa adalah alat dengan mana suatu usaha dilakukan untuk mengganti kehendak tuhan. Selain itu, dalam asuransi jiwa jumlah premi tidak tentu karena peserta asuransi tidak tahu berapa cicilan yang akan dibayarkan sampai ia meninggal.

Perusahaan asuransi menginvestasikan uang yang dibayarkan peserta asuransi dalam surat-surat berharga (sekuritas) berbunga. Dalam hal asuransi jiwa, peserta asuransi atas kematiannya berhak mendapatkan jauh lebih banyak dari jumlah yang telah dibayarkannya, hal itu merupakan bunga. Seluruh bisnis asuransi didasarkan pada *riba*, yang hukumnya haram. Maka para ulama tegas berpendapat bahwa kontrak asuransi secara diametrik bertentangan dengan standar-standar etika yang ditetapkan hukum Islam. Asuransi berbahaya, tidak adil, dan tidak pasti.

Sedangkan para ulama kontemporer berpendapat bahwa asuransi merupakan praktik *muamalah* gaya baru yang belum dijumpai imam-imam terdahulu, demikian juga sahabat Nabi. Pekerjaan ini banyak menghasilkan *kemaslahatan* ekonomi. Ulama menetapkan bahwa kepentingan umum yang selaras dengan hukum *syara'* patut diamalkan. Karena asuransi menyangkut kepentingan umum, maka *halal* menurut *syara'*.

## • Memorabilia

Fera Handayani

# *Entertainer* yang Jadi Bankir

Menjadi seorang pegawai bank selalu menjadi mimpi Fera sejak dulu. Akhirnya, waktu menggiring Fera menuju pekerjaan yagng diidam-idamkanya itu. Wanita kelahiran Jakarta ini sempat melanglangbuana pada berbagai pengalaman pekerjaan, terutama *entertaiment* sebelum akhirnya berlabuh di BRI Syariah.

*"Sebenarnya latar belakang pendidikan saya bukan di dunia perbankan"* aku wanita yang pernah tampil sepanggung dengan grup *band* tenar, Peterpan, ini sambil tersenyum.

Sejak lulus SMA, Fera lebih banyak berkutat dengan dunia *entertainmet*. Setelah sempat menjadi juara kedua model 99ers, Fera juga pernah juga bekerja di Multivision Jakarta. Lulusan SMA 21 Bandung ini juga sempat menjadi pegawai *Merpati Air-lines* selama dua tahun.

Meski baru memasuki usia dua bulan bekerja, Fera memiliki pengalaman yang menurut dia unik. Seusai tes wawancara menjelang siang, Fera langsung diminta untuk menjalani *On Job Training* hari itu juga. *"Mungkin karena saat wawancara saya banyak menceritakan tentang pengalaman saya di entertainment,"* ujar wanita yang pernah bergabung bersama Purwacaraka ini. Posisi *Customer Service* sepertinya memang membutuhkan orang seperti Fera, agar nasabah lebih terhibur. (fikry) •